

Alexandre Calonne- Web Dev/chef de projet
Jonathan Fert - Web dev
William Agre - Web dev
Lyna Bekkiche - Web market
Charline Crampon - Web market
Philippe Moreira - Web design
Patrick Isungu - Web design

Cahier des charges

Liste de diffusion :

- **Sup'Agency**, agence
contact : supagency-paris@supinfo.com
- **Orianne Pellois**, Coach
contact : orianne.pellois@supinfo.com
- **Alexandre Calonne**, Chef de projet
contact : alexandre.calonne@epitech.digital
- **Patrick Isungu**, Lead design
contact : patrick.isungu@epitech.digital
- **Charline Crampon**, Lead market
contact : charline.crampon@epitech.digital
- **Lyna Bekkiche**, Lead market
contact : lyna.bekkiche@epitech.digital

Table des matières :

Dans un premier temps, nous allons vous présenter notre agence et la composition de notre équipe.

....

Présentation de l'agence :

L'agence Sup'Agency a été créée en 2011 par Marion Paldacci. Cette agence web compte environ 50 employé(es) présents sur Paris et Lyon.

Avec la création du nouveau pôle à Lyon, l'agence compte s'axer sur les innovations digitales et la création.

Lié par la passion, les experts de l'agence créent une équipe soudée et efficace.

Présentation de notre équipe :

Notre équipe est composée de trois experts différents : développeur, market et design.

William, Jonathan et Alexandre composent l'équipe dev et seront en charge de la partie technique de la réalisation du futur site internet et de la future application que l'on pourrait proposer.

Lyna et Charline font partie de l'équipe market et s'occuperont de toute la gestion des partenariats, de nos divers financements, analyserons le marché dans lequel on est etc...

Concernant l'équipe design, celle-ci est composée de Philippe et Patrick et seront en charge de gérer l'ensemble des maquettes pour le site internet et l'application.

Enfin, Alexandre sera le chef de projet et sera chargé d'assurer le bon déroulement de celui-ci.

Présentation de notre projet :

Notre agence a décidé de choisir l'enseigne UGC et de travailler avec.

L'activité principale que nous proposons est une chasse aux trésors (dans le style de Pokemon go) où des objets et/ou personnages seraient cachés dans de nombreuses enseignes présentes dans le centre commercial Westfield avec qui on aurait des partenariats.

Ces objets et/ou personnages à chercher seraient visibles uniquement via la réalité augmentée sur une application que l'on se chargerait de développer pour l'occasion. Les utilisateurs pourront avoir des indices pour les trouver en résolvant des énigmes.

Notre idée, qui selon nous est originale, serait de faire des chasses aux trésors et des énigmes dans un thème précis. Ce thème serait défini par rapport au prochain film qui serait à l'affiche. Par exemple, si Spiderman sort le 24 février, les utilisateurs auront pendant une semaine (avant cette date) pour chercher des objets/persos et résoudre des énigmes en lien avec ce film.

Il y aurait un roulement toutes les semaines (en l'occurrence tous les mercredis pour les sorties de film) avec les choses à chercher et les énigmes qui changent en adéquation avec

le film qui va sortir. Cela nous permettra de créer une réelle dynamique et de recréer l'univers du film en question à travers la chasse aux trésors et les énigmes.

En plus de la chasse aux trésors, les utilisateurs pourront (s'ils le souhaitent) participer à des minis-jeux qui seraient présents sur notre application. Ils auront l'occasion, en y jouant, de remporter des points dans leur "solde" de points.

Un système de classement sera mis en place : tout au long de la semaine les utilisateurs pourront cumuler des points qu'ils récolteront en trouvant des objets/persos et également via les mini-jeux.

Nous prévoyons de récompenser chaque semaine les 5 premiers du classement. Des places de cinéma pour le film de la semaine seront offertes, et de nombreux lots (que nos partenaires nous fourniraient) seront également à gagner. Les lots seront évidemment partagés graduellement du premier au cinquième utilisateur.

Au final, ce que l'on propose est là bonne solution pour fidéliser de futurs clients pour l'enseigne (et indirectement pour Westfield) puisque nous proposons quelque chose de ludique aux utilisateurs tout en leur faisant (peut être) gagner des cadeaux intéressants.

1 = Carte WESTFIELD 150 euros + 4 places de cinéma offerte
2 - 3 = Carte WESTFIELD 100 euros + 2 places de cinéma offerte
4 - 5 = Carte WESTFIELD 50 euros + 2 places de cinéma offerte
6 - 10 = 25% sur LEGO / Maison Du Monde / ... + 50% Entrée cinéma pour 2 personnes
11 - 25 = 15% sur la Fnac / SEPHORA / ... + 50% Entrée cinéma pour 2 personnes
26 - 50 = 20% sur Micromania / Monoprix / ... + 50% Entrée cinéma pour 2 personnes
51 - 100 = 25% sur McDonald's / Starbucks / ... + 50% Entrée cinéma pour 2 personnes

Les outils :

- Adobe XD:
 - Charte graphique / Benchmark / Maquettage Wireframe / Prototype du site web/ Prototype de l'application / Post, Story Instagram / Newsletter
- Adobe Photoshop:
 - Retouche photo et image / Création de plv, flyers
- Adobe Premiere Pro:
 - Vidéo Publicitaire en promotionnant l'activité
- VisualStudio Code:
 - IDE qui va nous servir coder l'entièreté de notre site et application
- Wamp :
 - Sera utile pour pouvoir tester le site et l'application via un serveur local
- Microsoft Excel:
 - Gérer le budget
- Google Doc:
 - Cahier des charges

- Google Slides:
 - Présentation du projet

Les contraintes :

Concernant les contraintes, la principale est de devoir se démarquer des autres enseignes.

Via notre concept, qui selon nous est original, nous devons faire en sorte de toucher un public le plus grand possible grâce à divers moyens.

En effet, nous allons devoir faire face aux enseignes concurrentes et analyser leur manière de fonctionner, pour proposer à notre client un concept qui lui sera totalement bénéfique.

La cible :

Notre concept s'adresse à un public très large qui est présent chez Westfield et il invite aussi au public inhabituel à pouvoir participer à cette activité. Toutes les personnes susceptibles de venir voir un film au cinéma sont des cibles potentielles. Les vigiles et caissier seront formés et interesser a proposé des flyers une semaine avant le début de chaque sortie de film.

En effet, chaque semaine nous proposons un nouveau thème puisque nous nous adaptons au film à venir qui est à l'affiche. Ainsi, cela nous permet de pouvoir créer une réelle dynamique et ne pas laisser notre clientèle.